

“PENGARUH HARGA DIRI TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KOMPULSIF PADA KONSUMEN BELANJA *ONLINE* DI KARAWANG”

Mela Ameylia

ps19.melaameylia@mhs.ubpkarawang.ac.id

Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini berubah dengan pesat dan berpengaruh pada segala aspek kehidupan, termasuk perilaku konsumen. Konsumen saat ini dapat berbelanja melalui situs *online* sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan. Berbelanja adalah kegiatan yang dapat membantu bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup, akan tetapi jika perilaku berbelanja itu tidak terkendali, maka perilaku ini termasuk dalam perilaku pembelian kompulsif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga diri terhadap perilaku pembelian kompulsif pada konsumen belanja *online* di Karawang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik sampel kuota sehingga dan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan dua skala psikologi. Skala harga diri dengan 10 aitem ($\alpha = 0,887$) dan skala perilaku pembelian kompulsif dengan 13 aitem ($\alpha = 0,993$). Analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikan sebesar 0.016 (sig. <0,05) yang artinya bahwa ada pengaruh harga diri terhadap perilaku pembelian kompulsif dengan nilai koefisien determinasi sebesar 5,8%. Dari hasil penelitian terdapat bahwa tingkat harga diri konsumen belanja *online* di Karawang berada pada kategori rendah kemudian tingkat perilaku pembelian kompulsif konsumen belanja *online* di Karawang berada pada kategori tinggi.

Kata kunci: Harga diri, Perilaku Pembelian Kompulsif, Konsumen Belanja *Online*

**"THE EFFECT OF SELF-ESTEEM ON COMPULSIVE BUYING BEHAVIOR
OF ONLINE SHOPPING CONSUMERS IN KARAWANG"**

Mela Ameylia

ps19.melaameylia@mhs.ubpkarawang.ac.id

Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang

ABSTRACT

Today's technological developments are changing rapidly and affect all aspects of life, including consumer behavior. Consumers today can shop through online sites as an alternative to meet needs. Shopping is an activity that can help humans to meet the needs of life, but if shopping behavior is not controlled, then this behavior is included in compulsive buying behavior. This study aims to determine the effect of self-esteem on compulsive buying behavior in online shopping consumers in Karawang. This study used a quantitative approach. The sampling method used is non-probability sampling with quota sample techniques so that the number of samples taken is 100 respondents. This study used two psychological scales. Self-esteem scale with 10 items ($\alpha = 0.887$) and compulsive buying behavior scale with 13 items ($\alpha = 0.993$). Data analysis using a simple linear regression test showed a significant value of 0.016 (sig. < 0.05) which means that there is an influence of self-esteem on compulsive buying behavior with a coefficient of determination value of 5.8%. From the results of the study, it was found that the level of self-esteem of online shopping consumers in Karawang was in the low category, then the level of compulsive buying behavior of online shopping consumers in Karawang was in the high category.

Keywords: Self-esteem, Compulsive Buying Behavior, Consumer Shopping Online